

## Verabschiedung von Professor Rudolf Radke

Podiumsdiskussion zur Frage: „Brauchen wir noch das öffentlich-rechtliche Fernsehen?“

Seit 1993 unterrichtete Rudolf Radke als Lehrbeauftragter am IfK, seit 1996 als Honorarprofessor. Nun verabschiedet sich der 79-Jährige von seiner Lehrtätigkeit. Das IfK bedankte sich für sein langjähriges Engagement am 3. Februar mit einer Podiumsdiskussion, die der Fernsehjournalist selbst moderierte. Dabei ging es um die brisante Frage: „Brauchen wir noch das öffentlich-rechtliche Fernsehen?“ Hochkarätige Gäste waren geladen. So diskutierten Dr. Thomas Bellut, Programmdirektor des ZDF, Jürgen Doetz, Präsident des Verbands Privater Rundfunk und Telekommunikation (VPRT) sowie Professor Wolfgang Donsbach.

Vor rund 200 Zuhörern debattierten die vier Experten über die zukünftige Entwicklung und Notwendigkeit des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, wobei die Zeit durch die Lockerheit und Schlagfertigkeit der Diskutanten äußerst schnell verging. Auch wenn



Foto: hg

Wolfgang Donsbach überreicht Rudolf Radke (l.) eine Chronik zu all seinen Lehrveranstaltungen.

die Frage nach der Berechtigung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks von allen Anwesenden gleichermaßen mit Ja beantwortet wurde, kamen vor allem die gesonderten Anforderungen an Sender wie die ARD und das ZDF zur Sprache. „Nur wenn das öffentlich-rechtliche Fernsehen zu seinen Kernaufgaben zurückfindet, bildet es einen Fels im Prozess

der Kommerzialisierung“, mahnte Donsbach an.

Viele Studierende waren an dem Abend ins Hörsaalzentrum gekommen, um Professor Radke zu verabschieden. Dieser würdigte noch einmal das Interesse und die Sachkenntnis der Dresdner KoWis: „Ich habe immer bewundert, mit welchem enormen Impuls die Studentinnen und Studenten hier an ihre Arbeit gegangen sind.“ Diese bedankten sich bei ihrem Dozenten mit einem außerordentlich langen Applaus.

Heike Großmann

Fotos (2): hg



Dr. Thomas Bellut (l.) und Jürgen Doetz saßen im Podium.

## ICA-Tagung 2005 mit starker IfK-Beteiligung

Fünf junge Wissenschaftler werden Ergebnisse in New York präsentieren



„Mit dieser akzeptierten Zahl an Einreichungen zählt das IfK weltweit zu den erfolgreichsten Instituten der Kommunikationswissenschaft.“ Worte, mit denen Professor Donsbach die Leistung von fünf jungen Wissenschaftlern würdigt, die Papers für die Jahrestagung der International Communication Association

(ICA) im Mai 2005 eingereicht haben und auch angenommen wurden. Florian Haumer, Grit Jandura, Olaf Jandura, Daniela Spranger und Kerstin Weisbach, die entweder am IfK als Mitarbeiter tätig sind oder waren, können diesen Erfolg für sich verbuchen. Auch Professor Donsbach wird in einem Panel präsentieren sowie die Präsidentenansprache halten.

Die große Zahl der akzeptierten Einreichungen sei besonders anzuerkennen, da der Wettbewerb dieses Jahr noch härter war als die Jahre zuvor. „Die Ablehnungsquote lag bei 60 Prozent.“ Für Donsbach sei es eine Genugtuung so viele Dresdner auf der Konferenz zu wissen, wo er als Präsident auftritt. Weitere inhaltlich Details zu den Papers gibt es auf Seite 2. hg

## Journalismus als Konjunkturmacher?

Professor Hagen thematisiert in Antrittsvorlesung Verhältnis Realität zur Medienrealität

Wie Medien den konjunkturellen Prozess beeinflussen, erfuhren Kollegen, Freunde und Studierende bei der Antrittsvorlesung von Professor Lutz M. Hagen am 27. Januar. Dazu waren rund 200 Interessierte ins Hörsaalzentrum gekommen. Der Dekan der Philosophischen Fakultät, Professor Karl Lenz, stellte den im Mai 2004 berufenen Professor vor. Schon während der Zeit als Gastprofessor im letzten Wintersemester hätte sich gezeigt, dass „Professor Hagen für die Fakultät eine große Bereicherung ist“, so der Dekan. Der ehemalige Mitarbeiter des Lehrstuhls für Kommunikations- und Politikwissenschaft der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg machte seine Habilitation zur Grundlage der Antrittsvorlesung. Darin untersuchte er Wechselwirkungen zwischen der Konjunkturberichterstattung und der öffentlichen Wahrnehmung von Konjunktur. Die Arbeit setzt an der Schnittstelle zwischen Makro-Ökonomie und Jour-

nalismusforschung an. Mittels einer quantitativen Inhaltsanalyse wurden im Zeitraum von 1991 bis 1997 alle Aussagen über wirtschaftliche Entwicklungen codiert. Untersuchungseinheiten waren die Tagesschau, BILD, Spiegel und die FAZ sowie die Deutsche Presseagentur als Medien, die von Eliten und Multiplikatoren genutzt werden. Professor Hagen präsentierte seinen Gästen die Arbeitsergebnisse. Die öffentliche Meinung über Konjunktur werde vor allem durch zwei Einfluss-

faktoren geprägt: die Lage auf dem Arbeitsmarkt und die Medienberichterstattung. Gleichzeitig verwies er auf die

politische Relevanz der Ergebnisse, denn die öffentliche Wahrnehmung der Konjunktur sei politisch nicht unbedeutend: Je positiver das Konjunkturklima, desto

höher sei auch die Anzahl der Wahlberechtigten, die für die CDU/CSU oder die FDP stimmen würden. Viel Raum für Diskussionen bot der Sekttempfang im Anschluss an die Vorlesung.

Daniela Spranger



Die Wirtschaftsberichterstattung im Blickfeld.

Foto: hg

## „Communication: Questioning the Dialogue“

Die angenommenen Papers bei der Jahrestagung der ICA

Fünf Wissenschaftler des IfK haben für die Jahrestagung der International Communication Association (ICA) mit dem Titel „Communication: Questioning the Dialogue“ Papers eingereicht und alle wurden angenommen. Zusätzlich spricht Professor Donsbach in einem Panel zu dem Thema: „Journalists and Election Polls: An Ambivalent Relationship“. Der Newsletter gibt erste inhaltliche Einblicke in die Ergebnisse der Untersuchungen von Florian Haumer & Wolfgang Donsbach, Grit und Olaf Jandura sowie Wolfgang Donsbach, Daniela Spranger und von Kerstin Weisbach.

Florian Haumer und Wolfgang Donsbach haben sich in ihrer Studie mit der Wirkung nonverbalen Verhaltens von Studiogast und Moderator auf die Image-Wahrnehmung des Studiogastes

beschäftigt. Insgesamt konnte festgestellt werden, dass die nonverbalen Verhaltensweisen des Moderators eine größere Bedeutung bei der Image-Wahrnehmung haben als diejenigen des Studiogastes.

Grit und Olaf Jandura verglichen mit Professor Donsbach in ihrem ICA-Aufsatz die Selbstdarstellung politischer Parteien in ihren PR-Mitteilungen mit deren medialem Bild. Anhand von drei Indikatoren – Häufigkeit, thematische Struktur und Art der Gestaltung – überprüften die Wissenschaftler, wie stark der Input mit dem Output korrespondiert. Die Studie belegt durch ihre Ergebnisse, dass die Medien eigenständige Akteure im Prozess der politischen Kommunikation sind und keinen Verlautbarungsjournalismus betreiben.

Thema des Papers von Daniela Spranger ist die Messung der Qualität von Medieninhalten am Beispiel einer

Untersuchung zur Berichterstattung im Deutschlandfunk (DLF). Ob der DLF die Ansprüche an Ausgewogenheit und Trennung von Nachricht und Meinung erfüllt, wird anhand eines medieninternen Maßstabs – der Berichterstattung der vier Qualitätszeitungen Die Welt, Frankfurter Allgemeine Zeitung, Süddeutsche Zeitung und Frankfurter Rundschau – überprüft. Als Ergebnis zeigt sich, dass die Berichterstattung des Senders die Anforderungen im Programmauftrag nicht erfüllt.

Kerstin Weisbach überprüfte in ihrer Studie quasi-experimentell die Wahrnehmung von Tendenzen in Medieninhalten. Theoretische Grundlage für ihre Auswertung war das Modell der heuristischen vs. der systematischen Informationsverarbeitung, das zumindest einen Teil des so genannten hostile-media-Effekts erklären kann.

hg

## Erfolg auf der ganzen Linie

### 5. Praxisforum am IfK bot Vielfalt und einen Einblick in die Forschung

**Nunmehr zum fünften Mal schaffte das IfK mit dem traditionellen Praxisforum die Verbindung zwischen Theorie und Praxis. Davon überzeugten sich am 20. Januar rund 250 Gäste und Studierende im Hörsaalzentrum der TU.**

„Es war ein erfolgreiches Jahr 2004“ – so lautet das Motto von Professor Wolfgang Donsbach zum Auftakt der Veranstaltung. Um diese Devise zu veranschaulichen, gaben Masterkandidaten sowie -absolventen und Dozenten des IfK einen Einblick in ihre vielfältigen Forschungsarbeiten.

Tina Haase verdeutlichte den Einfluss von PR auf verschiedene Ressorts der Sächsischen Zeitung. Sie zeigte, dass Journalisten Pressemitteilungen besonders im Lokal-Ressort kaum umformuliert übernehmen. Dass PR auch für den Oberbürgermeister Dresdens, Ingolf Roßberg, wichtig ist, berichtete Jan Müller. Er stellte in seiner Masterarbeit einen positiven Einfluss auf die Berichterstattung der Lokalpresse fest, insbesondere von Pressekonferenzen. Weiterhin kam der mögliche Einfluss personalisierter Werbung zur Sprache. So zeigte IfK-Mitarbeiter Olaf Jandura in einem Test mit manipulierten Werbeanzeigen und nachfolgender Befragung, dass personalisierte Werbung

vom Kunden nicht in höherem Maße beachtet wird als anonyme Werbung. Kerstin Weisbach, ebenfalls am IfK tätig, veröffentlichte aktuelle Zahlen zur Mediennutzung Dresdner Studierender. Diese Studie war im Rahmen ihrer Lehrveranstaltung „Reichweitenmittlung“ entstanden.

Professor Wolfgang Donsbach referierte über den Medienfokus auf die NPD vor den sächsischen Landtagswahlen. Er machte deutlich, dass die NPD kurz vor den Wahlen überdurchschnittlich oft in der Berichterstattung erwähnt, jedoch nicht mit Sachthemen in Verbindung gebracht wurde.

Mit dem ganz anderen Thema „Hautkrebs“ befasste sich Doreen Kowarz. Sie verdeutlichte, dass Fallbeispiele der Krankheit in Zeitungen eine höhere Ri-

sikowahrnehmung der Leser bewirken. Schließlich rundete Florian Haumer das Programm mit seinem Vortrag über die Wirkung nonverbalen Verhaltens ab. Er hatte in seiner Masterarbeit herausgefunden, dass Mimik und Gestik des Moderators auch für den Eindruck des jeweiligen Politikers entscheidend sind.



Die Gruppe der Präsentatoren des Praxisforums. Sie stellten Ergebnisse aus der Forschung vor.

Foto: hg

Abschließend lieferte Prof. Lutz Hagen einen kurzen Ausblick auf den neuen Studiengang „Kommunikationsmanagement“ der Dresden International University (DIU), welcher im Oktober 2005 eingeführt wird.

Die Organisatorin des Praxisforums, Grit Jandura, zeigte sich zufrieden: „Die Mühe hat sich wirklich gelohnt. Es war ein sehr gelungenes Praxisforum.“

Susann Bewernick

## Beste Arbeiten 2004 und Sahnehäubchen für Dozenten

Den Höhepunkt des Praxisforums stellte wie jedes Jahr die Prämierung der besten Arbeiten des vergangenen Jahres dar. Dabei wurde Diana Müller für die beste Masterarbeit ausgezeichnet. Die Vogtländerin ging in ihrer Arbeit der Frage nach, inwieweit sich der Einfluss ökonomischer Verlagsinteressen in der Berichterstattung verlagseigener Printmedien widerspiegelt. Konkret untersuchte sie dies am Berliner Zeitungsmarkt hinsichtlich der Verlage Holtzbrinck und Axel Springer.

Für die beste Seminararbeit prämierte der Förderverein des IfK Torsten Laub. Im Rahmen des Seminars „Kommunikation als Wissenschaft“ hatte er eine Inhaltsanalyse über die Untersu-

chungsgegenstände der Kommunikationswissenschaft durchgeführt. Dazu analysierte der 23-Jährige die kommunikationswissenschaftlichen Fachzeitschriften „Publizistik“ sowie „Medien und Kommunikationswissenschaft“. Er kam zu dem Ergebnis, dass die Presse an Bedeutung verliert und sich der Forschungstrend eher zur Online-Kommunikation mittels neuer Medien entwickle. Seine Ergebnisse werden demnächst in der Fachzeitschrift „Publizistik“ veröffentlicht.

Die größte Überraschung und zugleich das Sahnehäubchen des Abends lieferte Professor Donsbach mit dem IfK Teaching Award. Erstmals durften sich darüber Kai Schulz und Heike Großmann



Torsten Laub und Diana Müller mit ihren Auszeichnungen, gesponsert vom Förderverein.

für ihre Lehrveranstaltungen „Recherchieren und Schreiben“ sowie „Inhaltsanalyse II“ freuen. sb

Foto: hg



P R E S S E C L U B  
Dresden**Dresdner Presseclub startet Stipendienprogramm****Prag – Dresden – Wrocław**

Der Presseclub Dresden wird ab dem kommenden Sommer jährlich vier jungen Leuten die Möglichkeit geben, die Medienlandschaft in Deutschland, Polen und Tschechien kennen zu lernen.

In sechs- bis achtwöchigen Praktika werden je ein polnischer und ein tschechischer Stipendiat nach Dresden kommen, während zwei deutsche Praktikanten Praxisluft in Wrocław bzw. Prag schnupern können.

Die ausländischen Stipendiaten werden bei der Sächsischen Zeitung und den Dresdner Neuesten Nachrichten arbeiten, die deutschen bei mindestens einem, aber maximal zwei Medien in den Partnerstädten. Jedem Stipendiaten wird eine Unterstützung von 500 EUR gewährt und für die Unterbringung sorgen Kontaktpersonen vor Ort.

Bewerben können sich Studierende und Absolventen verschiedener Fachrichtungen. Erste Erfahrungen im Medienbereich sind von Vorteil, aber keine Voraussetzung. Anders sieht es allerdings bei zwei anderen Punkten aus: Ohne das klare Berufsziel des Journalisten oder Öffentlichkeitsarbeitenden bzw. ohne Kenntnisse der Sprache des Gastlandes hat eine Bewerbung wenig Aussicht auf Erfolg. *gj*

Für weitere Fragen steht Grit Jandura zu Verfügung:

**Grit.Jandura@mailbox.tu-dresden.de**



Die Karlsbrücke in Prag.

Foto: hg

## Tag der offenen Tür an der TU Dresden

### IfK präsentiert Forschungsergebnisse und DNN-Barometer

Die TU Dresden öffnet wieder ihre Pforten für die Öffentlichkeit. Am 30. April 2005 lässt sich die Universität in der Zeit von 10 bis 15 Uhr hinter die Kulissen schauen. Im Hörsaalzentrum (HSZ) auf der Bergstraße 64 werden sich zahlreiche Institute der TU mit Vorträgen und Informationsmaterial vorstellen. Ab 12 Uhr ist auch ein Programm auf der Bühne hinter dem HSZ geplant. Das Institut für Kommunikationswissenschaft wird auf der 2. Etage zu finden sein. Neben der Präsentation von Daten aus erfolgreichen Master- und Forschungsarbeiten wird es für Interessierte auch die Möglichkeit der Recherche in der Umfragedatenbank des DNN-Barometers geben.

Wer sich noch weiter auf dem Universitätsgelände umschauchen möchte, kann

den kostenlosen Bus-Shuttle-Service nutzen, der die Besucher zu den einzelnen Institutsstandorten bringt. *hg*



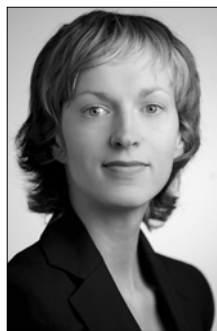
Zum Uni-Tag 2004 drängten sich die Interessierten an den Info-Ständen im HSZ.

Foto: Zentrale Studienberatung

## „Engagiert und aktiv wie in Dresden“

### Daniela Spranger wechselt nach Bern

Seit Februar 2004 arbeitete Daniela Spranger zunächst als freie Projektmitarbeiterin und dann als wissenschaftliche Hilfskraft am IfK. Zum 1. Februar 2005 verließ die 26-Jährige das IfK und wechselte an das Schweizer Institut für Medienwissenschaft Bern. Dort setzt sie nun ihre wissenschaftliche Karriere fort.



#### Wie schätzen Sie Ihre Zeit am IfK ein?

Für mich war diese Zeit sehr wertvoll. Ich habe am IfK viel gelernt, z.B. habe ich Proseminare gehalten, Masterarbeiten vorbegutachtet und an verschiedenen Projekten gearbeitet. Insgesamt war das also ein sehr vielfältiges Aufgabengebiet.

#### Welche Aufgaben haben Sie besonders herausgefordert?

Sicherlich die Planung und Durchführung von Lehrveranstaltungen. Der Wechsel von der Lernenden zur Leh-

renden war schon sehr unvermittelt. Die Lehre ist eine Herausforderung, macht aber auch viel Spaß.

#### Warum ist die neue Arbeitsstelle gerade in Bern?

Die Stellenbeschreibung klang schon beim ersten Lesen für mich sehr attraktiv. Letztendlich war es für mich zweitrangig, an welchen Ort es mich verschlagen würde. Die Schweiz hat sich dann einfach so ergeben. Ich bin aber froh, dass ich in Bern gelandet bin. Ein großer Vorteil ist natürlich auch, dass ich zusätzlich von der Auslandserfahrung profitieren kann.

#### Wie waren die ersten Arbeitstage im neuen Team?

Ich kann schon jetzt sagen, dass ich mich sehr gut eingelebt habe. Meine Schweizer Kollegen haben mich gut aufgenommen. Ähnlich wie in Dresden arbeitet hier ein sehr engagiertes und aktives Team zusammen.

#### Welche neuen Aufgaben warten auf Sie in Bern?

Die Betreuung und Begutachtung von Facharbeiten, die Mitarbeit in der Lehre und Projektarbeit.

*Es fragte: Heike Großmann*

# Wenn Meinungsführer zu Meinungsfolgern werden

Neues Kampa-Buch wird im Frühjahr veröffentlicht

„Wählerstimmungen in der Medien-demokratie“ heißt das im Frühjahr erscheinende Buch. Die Autoren, Elisabeth Noelle, Wolfgang Donsbach und Hans Mathias Kepplinger, untersuchen Phänomene, die durch die Medienberichterstattung in der Politik ausgelöst werden. Die Publikation ist aus der Zusammenarbeit des Instituts für Demoskopie Allensbach, dem Institut für Publizistik der Universität Mainz und dem IfK entstanden und ist der Nachfolger der erstmalig 1998 durchgeführten Kampa-Studie.

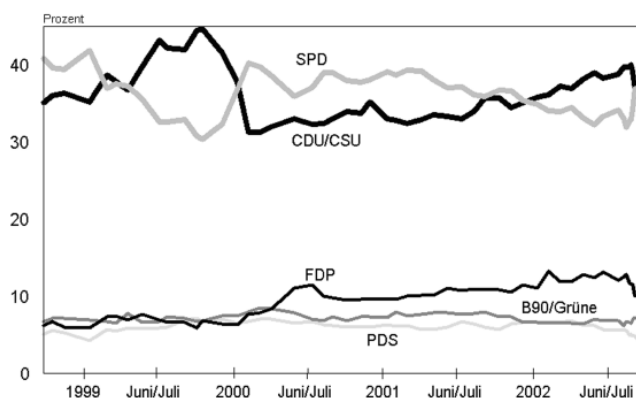
Untersucht wurden der Wahlkampf 2002, seine Darstellung in den Medien und die entsprechende Wirkung auf die Bevölkerung. „Dafür wurden im Zeitraum vom 2. April bis zum 21. September 2002 über 9.000 Beiträge aus den wichtigsten Nachrichtensen-

dungen sowie Tages- und Wochenzeitungen analysiert“, so Olaf Jandura. Neben Professor Wolfgang Donsbach und Kerstin Weisbach ist er einer der Dresdner Autoren.

„Außerdem haben wir direkt im Anschluss an die Fernsehduelle eine repräsentative Befragung der deutschen Bevölkerung vorgenommen, um zu ermitteln, wie sich die Bevölkerungsmei-

nung verändert.“

Weiterhin liefert das Buch neueste Ergebnisse zur PR-Forschung und analysiert den Einfluss der Flutberichterstattung auf den Wahlkampf.



Zwischen den Bundestagswahlen 1998 und 2002 schlug das politische Meinungsklima viermal um - gemessen an der Wahlabsicht (Zweitstimme).

Quelle: Allensbacher Archiv, IfD -Umfragen

## Kultur als Standortfaktor für Dresden

IfK analysiert regionale Werbebroschüren

Im alltäglichen Wettbewerb der Großstädte um den Zuwachs an Einwohnern, Touristen, Unternehmen und auch Investoren übernimmt der Standortfaktor „Kultur“ eine herausragende Rolle.

Die Stadt Dresden muss sich aber gerade in kultureller Hinsicht nicht hinter anderen Städten wie Berlin, München oder Hamburg verstecken. Hierbei darf sich das kulturelle Angebot einer Stadt weder auf Hochkultur noch auf Populärkultur beschränken, wenn sie ihre Funktion im Wettbewerb der Städte optimal erfüllen will. Es ist wichtig, dass alle relevanten Zielgruppen ihre kulturellen Bedürfnisse im Angebot einer Stadt wiederfinden.

Deshalb führt das IfK eine Inhaltsanalyse regionaler Werbebroschüren durch.

Ziel dieser Analyse ist eine quantitative Erfassung formaler Merkmale wie z.B.

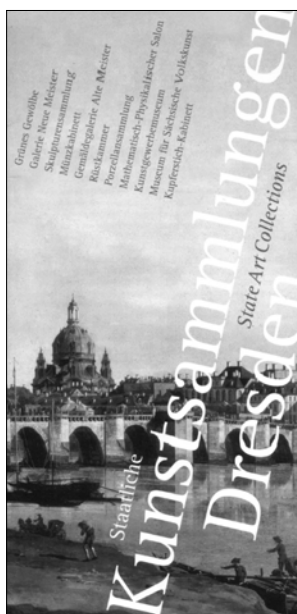
Zielgruppen und Bedürfnis-Milieus sowie potentielle imagerelevante, verbale und visuelle Gestaltungsmerkmale.

Dabei untersucht das Projektteam, inwieweit die Informationen über kulturelle Angebote der Stadt Dresden den Bedürfnissen der verschiedenen Zielgruppen entsprechen.

Weiterhin wird das Gewicht unterschiedlicher kultureller Sparten im Informationsangebot der Stadt erfasst. Auftraggeber dieser Untersuchung ist das Kulturamt der Landeshauptstadt Dresden. Erste Ergebnisse des laufenden Projekts

werden bis Ende März 2005 vorliegen.

Florian Haumer



Broschüren dieser Art werden in dem Projekt untersucht.

## Presseschau

Die Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ) hat in ihrer Ausgabe vom 16. Februar 2005 über Ergebnisse einer Abschlussarbeit am IfK berichtet. Der Beitrag „In eigener Sache“ handelt von den Ergebnissen der Magisterarbeit von Diana Müller, die sich mit der Berichterstattung aus Anlass der Fusionsdebatte auf dem Berliner Zeitungsmarkt beschäftigt hat.

Initiiert hat diesen Beitrag Professor Donsbach, der in einer Pressemitteilung über die Ergebnisse der Magisterarbeit informierte. „Mit diesem Artikel sind wir in einem Meinungsmachermedium vertreten. Seit der Veröffentlichung steht das Telefon bei Frau Müller nicht mehr still“, erklärt der Institutsdirektor. Das IfK wird auch zukünftig aktuelle und brisante Ergebnisse aus Abschluss- und Forschungsarbeiten an die Medien in Form von Pressemitteilungen weiterleiten, denn nicht nur das wissenschaftliche Publikum möchte wissen, was das IfK in Bezug auf die Medien herausfindet.

hg

## Auf dem Weg zum Dokortitel

### Biotechnologie in den Medien: Ein Ländervergleich

**Die Krönung eines erfolgreichen Studiums besteht für die zwei Absolventen Thomas Listermann und Ewa Musialowska in der Promotion. Im Newsletter geben sie einen Einblick in ihre Dissertationsprojekte.**

Wie berichten die Elitezeitungen in Deutschland, Großbritannien und den USA über Biotechnologie? So lautet die Frage, die ich in meiner Doktorarbeit, betreut durch Professor Donsbach, beantworten will.

Als gebürtiger Schwede schloss ich mein Studium an der Universität Uppsala ab. Danach war ich anderthalb

Jahre für die Public Relations einer Patientenorganisation in Stockholm zuständig. In Dresden fand ich dank der Förderung der Stiftung der Deutschen Wirtschaft die Möglichkeit, mich mit der Berichterstattung über Biotechnologie auseinanderzusetzen.

Die Codierung von über 2500 Artikeln habe ich gerade abgeschlossen und jetzt steht die statistische Analyse der

Daten bevor. Meine Untersuchung fand von 2000 bis 2002 statt, eine Zeitspanne von großem biotechnologischen Fortschritt und heftiger ethischer und politischer Debatte. Beispielsweise



stand in Deutschland und den USA fast gleichzeitig die Einfuhr bzw. die Nutzung von embryonalen Stammzellen in der Forschung zur Diskussion. In Großbritannien war der Anbau von gentechnisch veränderten Pflanzen eine Streitfrage.

Meine Dissertation wird Gemeinsamkeiten und Unterschiede der Berichterstattung dieser drei Länder über die unterschiedliche Verwendung der Biotechnologie aufzeigen. Hinzu kommt eine Analyse von Umfragedaten aus den drei Ländern, die ich während der untersuchten Zeitperiode gesammelt habe.

Nach meiner Dissertation möchte ich mit strategischer Kommunikation in einem internationalen Unternehmen oder einer Organisation tätig werden – vielleicht mit Verbindung zur Biotechnologie.

*Thomas Listermann*

### Politische Kommunikation in Deutschland und Polen im Vergleich

Als ich vor sechs Jahren mein Studium der Internationalen Beziehungen an der Universität Wrocław angefangen habe, wollte ich unbedingt im Ausland studieren. Nach meinem Aufenthalt an der University of Plymouth war Dresden mein nächstes Ziel.

Nun arbeite ich schon an meiner Doktorarbeit und beschäftige mich mit der politischen Kommunikation in Deutschland und Polen.

In meiner Dissertation beleuchte ich die politische Kommunikation aus der Sicht der Parteien und der Journalisten. Der Untersuchungszeitraum umfasst die Bundestagswahlen 1998 und 2002 sowie die Sejm-wahlen 1997 und 2001. Ich führe zwei inhaltsanalytische Untersuchungen durch, die zum einen die Gestaltung der Wahlspots durch die Parteien zeigen und zum anderen die Berichterstattung der Tageszeitungen über den Wahl-

kampf verdeutlichen. Die Literatur macht deutlich, dass international vergleichende Wahlstudien zwischen

Deutschland und Polen rar sind. Mit meiner Dissertation möchte ich diese Forschungslücke schließen, Gemeinsamkeiten in der Dreiecksbeziehung zwischen politischem System, Medien und Wählerschaft ermitteln, um so länderübergreifenden Entwicklungen auf die Spur zu kommen.

Zukünftig werde ich als Doktorandin Lehrveranstaltungen am IfK leiten. Im Sommersemester biete ich den Studierenden ein Proseminar über Mediensysteme in Transformationsländern an.

Darüber hinaus möchte ich den wissenschaftlichen Kontakt zwischen dem Lehrstuhl für Internationale Kommunikation der Universität Wrocław und dem IfK verstärken.



*Ewa Musialowska*

### Aufstrebender Wissenschaftler von der OSU zu Gast

#### Matthew C. Nisbet kommt für Forschungsaufenthalt und Lehre nach Dresden

Matthew C. Nisbet, Assistant Professor an der Ohio State University (OSU), kommt für einen Forschungsaufenthalt im Sommer dieses Jahres an das IfK. „Damit werden die bereits bestehenden Verbindungen zu unserer Partneruniversität in Ohio weiter verstärkt“, erklärt Professor Wolfgang Donsbach. Nisbet machte seinen BA-Abschluss am Dartmouth College und setzte seine wissenschaftliche Karriere mit seinem Master und einem Dokortitel an der Cornell University fort. Seit August 2003 ist er an der Ohio State University tätig. Ein Forschungsschwerpunkt von Matthew Nisbet ist die mediale Darstellung und Wahrnehmung von Biotechnologie. Zu diesem Thema wird er auch ein Seminar am IfK anbieten. „Wir werden mit Matthew Nisbet einen jungen, aufstrebenden Wissenschaftler in Dresden zu Gast haben“, äußert Donsbach.

*hg*



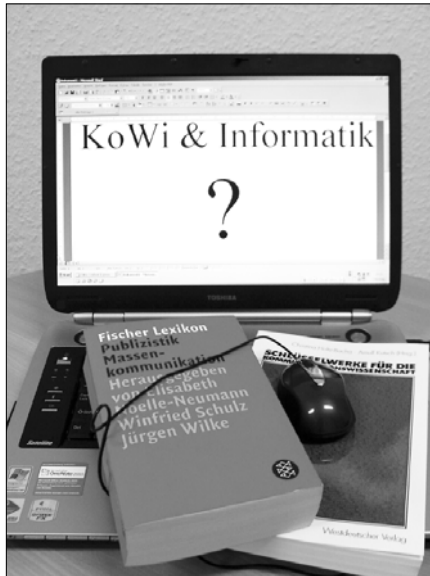
## Kommunikationsscheue Sonderlinge vs. politisch interessierte Studierende

### Und letztendlich geht es überall um Kommunikation

Jedes Semester nimmt das IfK nach einem speziellen Bewerbungsverfahren einige Studierende anderer Fachrichtungen auf. Das betrifft vor allem die Soziologie sowie die Informatik/Medieninformatik. Die Studierenden suchen sich im Rahmen ihres Diplom- bzw. Bachelor-Studienganges noch ein erstes oder zweites Wahlpflichtfach aus. Thomas Janke ist Student der Medieninformatik. Er berichtet darüber, ob diese beiden Fachrichtungen überhaupt miteinander kombinierbar sind.

Oberflächlich gesehen treffen hier wohl zwei Welten aufeinander, die unterschiedlicher nicht sein könnten: auf der einen Seite kommunikationsscheue Sonderlinge, die sich nur schwer dazu überreden lassen, die heimischen vier Wände, respektive den Platz vor ihren Rechnern, zu verlassen und auf der anderen Seite am politischen und gesellschaftlichen Leben interessierte Studierende, die sich die Erforschung kommunikativer Prozesse auf die Fahnen geschrieben haben. Sind diese beiden Welten tatsächlich völlig unvereinbar oder gibt es vielleicht doch mehr Gemeinsamkeiten als angenommen? Ich selbst studiere Medieninformatik im Diplomstudiengang und habe im dritten Semester meines Grundstudiums die Chance genutzt und die „Artenbarriere“ tollkühn übersprungen. Als die Wahl eines Nebenfaches anstand, und ich die verschiedenen Möglichkeiten durchging, erhielt die Kommunikationswissenschaft sehr schnell den Zuschlag. Bei genauerer Betrachtung ist das gar

nicht so abwegig. Im Grunde geht es in der Informatik schließlich auch im weiteren Sinne um Kommunikation.



Der Entschluss war also gefasst: Ich werde Kommunikationswissenschaftler! Doch schon bei der Umsetzung zeigten sich die ersten Unterschiede und Probleme. Während die Einschreibung für die jährlich 454 neuen Informatikstudierenden ohne Zulassungsbeschränkung möglich ist, musste ich mich bei den KoWis um einen der wenigen Studienplätze am IfK bewerben.

Auch an das Mitschreiben musste ich mich als scriptverwöhnter Informatiker erst gewöhnen. Und es war auch die Kommunikationswissenschaft, die mich das erste Mal in meiner Laufbahn als Student in die SLUB (Sächsische Landes- und Universitätsbibliothek) brachte, in der ich mich dann auch prompt hoffnungslos verlor.

Sehr positiv finde ich, dass bereits im Grundstudium ein guter Kontakt zwischen Studierenden und Lehrenden besteht. Ich war schon sehr verwundert, als es sich Professor Donsbach nach der Vorlesung nicht nehmen ließ, plötzlich gezielt Fragen zu stellen und zu lockeren Diskussionen anzuregen. Auch in den Berufspraktischen Übungen setzt sich dies fort. Gerade auf Grund der hohen Studentenzahlen ist das bei uns nur sehr eingeschränkt möglich.

Bin ich zufrieden mit meiner Wahl? Diese Frage lässt sich klar mit einem Ja beantworten. Neben dem doch sehr technischen Informatikstudium bietet mir die Kommunikationswissenschaft einen sehr guten Ausgleich und den Blick in eine doch etwas andere Welt des Studiums.

Thomas Janke

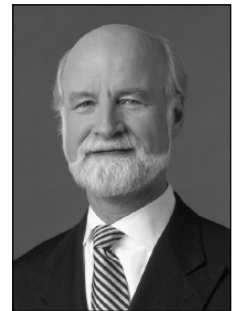
## Kommunikation für ein internationales Unternehmen

Richard Gaul von BMW zu Gast

Mehrfach im Jahr lädt das IfK zu verschiedenen Vortragsveranstaltungen ein, bei denen bekannte Praktiker ihre Erfahrungen aus dem Berufsalltag weitergeben. Auch 2005 wird diese Tradition fortgesetzt.

Am 13. April spricht Richard Gaul, Leiter des Bereiches Konzernkommunikation und Politik der BMW Group, zu dem Thema: „Integrierte Kommunikationskonzepte für ein internationales Unternehmen“. Neben dem IfK selbst, laden auch der Förderverein des IfK und vor allem sein neuestes Mitglied, die BMW Group Niederlassung in Dresden, zu dieser Vortragsrunde ein.

Richard Gaul war lange Jahre bei verschiedenen Zeitungen und Zeitschriften als Redakteur tätig und ist seit 1985 bei der BMW AG. Heute leitet



Richard Gaul

er den Bereich Konzernkommunikation und Politik der BMW Group und ist damit für die globale Unternehmenskommunikation des Konzerns verantwortlich.

Mit ihren drei Marken BMW, MINI und Rolls-Royce Motor Cars setzt die BMW Group gezielt auf ausgewählte Premium-Segmente der internationalen Automobilmärkte. Sie produziert Fahrzeuge an 23 Standorten und vertreibt sie in 33 Ländern rund um den Globus. Um bei einer solchen internationalen Ausrichtung eine einheitliche Kommunikationsstrategie zu erreichen, bedarf es integrierter Konzepte. Richard Gaul wird in seinem Vortrag über Möglichkeiten aber auch Grenzen dieser integrierten Kommunikation eines global tätigen Unternehmens sprechen.

Die Einladungen zu dieser Veranstaltung werden in den nächsten Tagen verschickt. hg

Foto: privat

## „Schreiben – und zwar nicht für den Papierkorb“

Stephan Schön ist seit fünf Jahren Lehrbeauftragter am IfK

Seit fünf Jahren bietet der Journalist Stephan Schön seine Berufspraktische Übung (BPÜ) zum Thema Forschung und Studium als Gegenstand der Berichterstattung für Studierende der Kommunikationswissenschaft an.

Der Redakteur arbeitet seit 1988 für die Sächsische Zeitung (SZ). In der Regel öffnet sich die Tür zu seinem Büro gegen neun Uhr und schließt sich etwa 19 Uhr. Was während dieser zehn Stunden passieren wird, ist so gut wie immer unvorhersehbar. Von einem normalen Berufsalltag kann Schön nur träumen. „Aber genau das macht den Reiz im Journalismus aus, man weiß nie was passiert“, sagt er. „Was sich jedoch täglich wiederholt, ist der Kampf um gute Themen und selbstverständlich um guten Journalismus.“

Die Leidenschaft zum Schreiben hat der

geborene Görlitzer sehr früh entdeckt. Schon während seiner Schulzeit war er seinem Traumberuf auf den Spuren.



Stephan Schön

Foto: privat

Angefangen hat alles mit seiner großen Affinität zur Fotografie. Die Fotografie war aber nicht genug für den neugierigen Schreiberling. Er absolvierte ein Journalistikstudium an der Universität in Leipzig und arbeitete nebenbei in der Lokalredaktion der SZ. Das Schreiben, erzählt der 42-Jährige, lernte er nicht im Studium, sondern nur durch praktische

Arbeitserfahrungen. In seiner BPÜ haben die Studierenden heute die Möglichkeit, praktisch zu arbeiten. „Vor allem schreiben sie hier nicht für den Papierkorb“, betont der Ressortleiter für Wissenschaft und Hochschule. Die geschriebenen Artikel werden gedruckt und erscheinen einmal

wöchentlich auf der Hochschuleseite. Die Redaktion HochschulSZene gibt es bereits seit 1996 und ist deutschlandweit ein einzigartiges Projekt zwischen einer Universität und einer Tageszeitung. Auf diesem Weg erhalten die Seminarteilnehmer einen „Blick von innen nach außen und erleben wie eine Zeitung entsteht“, sagt Schön. Regelmäßige Redaktionssitzungen, Recherchen und nicht zuletzt das Schreiben sind die Tätigkeiten der Hochschulredakteure auf Zeit. Für einen Journalisten gehören zu diesen Aufgaben auch eine tägliche Zeitungsschau und für Fachredakteure das Lesen von Fachpublikationen.

Trotz eng bemessener Freizeit nimmt Schön sich die Zeit für sein Hobby: die Fotografie. Für ein gutes Motiv kann es auch mal hoch hinausgehen. Die Sächsische Schweiz bietet die richtige Kulisse - nicht nur für sein zweites Hobby, dem Klettern, sondern auch für einen guten Schnappschuss. K. Proppé

## Studierende und ihre Medien

Reichweitenstudie liefert auch Ergebnisse zu Konsumverhalten und Freizeitgestaltung

Es war eines der Ziele der Lehrveranstaltung „Reichweitemermittlung“ im vergangenen Wintersemester, den Teilnehmern ein greifbares Projekt für eine Methodenübung zur Umfrageforschung zu bieten. Und was liegt Studierenden der Kommunikationswissenschaft da

näher als eine Studie zu ihren eigenen Publikationsorganen?

Daher wurde in der Lehrveranstaltung eine Befragung konzipiert, mit der die Reichweiten lokaler Dresdner Studentenmedien und die Mediennutzung dieser Zielgruppe ermittelt werden

sollten. So konnten die Teilnehmer an einem ihnen nahen Thema lernen, wie man eine repräsentative Umfrage auf die Beine stellt.

Vor der eigentlichen „Feldarbeit“ standen jedoch umfangreiche

Diskussionen auf der Tagesordnung. Fragen wie beispielsweise, wer eigentlich als StudentIn zählt, wie man diejenigen erreichen kann, die nicht zu Vorlesungen kommen oder wie viele Fragen man einem Kommilitonen zumuten kann, mussten beantwortet werden.

Schließlich wurden im vergangenen Dezember 498 Studierende persönlich befragt, die ein Abbild der Studierendenschaft von fünf Dresdner Hochschulen sind. Eine Mammutaufgabe für nur 24 Interviewer. Deren Bewältigung hat sich jedoch nach Einschätzung der Kursleiterin Kerstin Weisbach gelohnt, denn nun stehen nicht nur für Werbetreibende umfangreiche Daten zur Reichweite der Studentenmedien sowie über das Mediennutzungs-, Freizeit- und Konsumverhalten der Dresdner Studierenden zur Verfügung.

kw

Kontakt: [kerstin.weisbach@mailbox.tu-dresden.de](mailto:kerstin.weisbach@mailbox.tu-dresden.de)

Foto: UJ/Eckold



Studierende können als Zielgruppe schwer erkennbar sein. Das IfK schafft Abhilfe.



## Der Blick über den Tellerrand ist gefragt

In Lehrveranstaltung wird neue Imagebroschüre für das IfK konzipiert

„Markenkommunikation IfK“ lautete der Titel der Lehrveranstaltung von Frank Kurzhals. Die Teilnehmer dieser Berufspraktischen Übung (BPÜ) hatten sich im vergangenen Semester vorgenommen, die Marke „IfK“ mittels einer Imagebroschüre ins rechte Licht zu rücken.

Nach gründlicher Definition der Zielgruppen analysierten wir in Arbeitsgruppen verschiedene andere Institute und verglichen diese mit dem IfK. Im nächsten Schritt erarbeiteten wir als zehnköpfiges Team das zentrale Image unseres Institutes anhand unserer Recherchen sowie Interviews mit uni-internen und -externen Persönlichkeiten. Dabei konzentrierten wir uns besonders auf das Ableiten von Schlüsselbotschaften.

Vor allem in dieser Phase kam das ‚Brainstorming‘ besonders häufig zum Einsatz, immer mit der Betonung durch Frank Kurzhals, den Blick über den Tellerrand zu wagen.

Nun war es an der Zeit, das Konzept detailliert auszuarbeiten. In der Berufspraktischen Übung galt es zum einen, den formalen Aufbau zu konkretisieren. In der Agentur PLEON Kohtes Klewes erarbeiteten wir eine einheitliche Inhaltsstruktur und übertrugen diese auf einen geeigneten Seitenaufbau. Darüber hinaus wurde jeder Teilnehmer mit der Erschließung eines speziellen Themenschwerpunktes beauftragt.

Zum anderen stand die Forderung nach einem punktuell abgestimmten Layout auf dem Programm. Hier überzeugten drei Vorschläge, die das IfK als Marke auf unterschiedliche gestalterische und konzeptuelle Weise repräsentieren. Eine Jury wird über die Zukunft unserer Arbeit entscheiden. Wie auch



Foto: hg

*Der Blick über den Tellerrand kann neue Aussichten eröffnen.*

immer das Urteil ausfallen wird, das Team ist sich einig: In den vergangenen Monaten haben wir unsere qualitativen Ansprüche nie aus den Augen verloren. Trotz aller Berg- und Talfahrten sind wir überzeugt von unserem Ergebnis – eine Imagebroschüre, die das IfK in seiner Vielfältigkeit repräsentiert.

*Nadine Müller*

## Abgepasst und nachgehakt

Interview mit dem Mitarbeiter der Agentur PLEON Kohtes Klewes Frank Kurzhals

**Im Wintersemester 2004/05 konnte das IfK einen neuen Lehrbeauftragten begrüßen. Frank Kurzhals ist Mitarbeiter der Agentur PLEON Kohtes Klewes und gab mit der BPÜ „Markenkommunikation IfK“ sein Lehrdebüt am Institut.**

**Herr Kurzhals, seit geraumer Zeit sind Sie bei PLEON Kohtes Klewes tätig. Wie verlief Ihr bisheriger Werdegang und welchem Aufgabenspektrum widmen Sie sich innerhalb der Agentur?**

Ich habe Kunstgeschichte in Braunschweig, Zürich und London studiert und als Korrespondent bei der Neuen Zürcher Zeitung gearbeitet. Die Themen Kunst, Design und Kommunikation habe ich dann als Executive Director bei der design.net AG und

als Geschäftsführer bei der Almonti Hamilton, Kommunikation für Design GmbH, vertieft. Bei der Marken- und Kommunikationsberatung PLEON Kohtes Klewes habe ich mich auf Markenstrategie und -führung spezialisiert.

**Was war ihre Motivation, als Lehrbeauftragter am IfK tätig zu sein?**

Wenn man in der Praxis ist, dann wird man schnell vom Tagesgeschäft eingenommen. Das heißt: Man muss sich darum kümmern, Anregungen von außen zu bekommen. In Agenturen läuft das oft über Praktikanten, für mich persönlich war der umgekehrte Weg sinnvoll: Ich möchte Input und andere, ungewohnte Sichtweisen aus der Hochschule.

**Ist es Ihnen schwer gefallen, als Dozent und nicht als Teil einer Agentur**

**aufzutreten?**

In einer Agentur ist man zwar Teil eines „großen Ganzen“ – Stichwort Arbeitsteilung und Teamwork – es kommt aber darauf an, seine eigenen Ideen und Ansätze einzubringen. Das heißt: Man ist zwar Vertreter der Agentur, aber dort auch ein „Unternehmer im Unternehmen“.

**In Ihrer Tätigkeit als Berater kennen Sie den Alltag einer Agentur. Waren Sie in Ihrer Rolle als Dozent motiviert, den Studierenden Einblicke in diesen zu geben bzw. ihnen das nötige Rüstzeug für die Arbeitswelt mitzugeben?**

Den typischen Agenturalltag erlebt man wohl nur in der Agentur selbst. Was ich vermitteln kann, ist der Denkansatz, die Arbeitsweise einer Marken- und Kommunikationsberatung. Im Zentrum steht doch immer eine Aufgabe oder Herausforderung, die man angeht und lösen möchte. Der Spaß, die Begeisterung kommt dann von alleine.

*Es fragte: Nadine Müller*



Frank Kurzhals Foto: privat

## Was kommt nach dem Magisterabschluss?

# Tausche Kleinstadtflair gegen Großstadtlärm

## KoWi-Absolventin arbeitet als Quereinsteigerin im Finanzwesen

Die Kowi-Absolventin Annett Saul lebt seit drei Jahren in der Metropole London. Geboren in Senftenberg, tauschte sie das idyllische Kleinstadtflair gegen den hektischen Großstadtlärm.

Bereits in ihrer Studienzeit sammelte Annett Saul Arbeitserfahrungen auf der britischen Insel. Im Sommer 2002 absolvierte sie bei Goldman Sachs Asset Management ein dreimonatiges Praktikum. Dabei durchlief sie viele Bereiche des Unternehmens und lernte vor allem die Marketingarbeit kennen. Außerdem studierte die heute 28-Jährige für ein Semester Geschichte und Anglistik an der Warwick Universität. „Das Erasmusprogramm bot eine gute Möglichkeit für ein Auslandsstudium.“

Obwohl Annett gern schreibt und Journalistin ihr ursprünglicher Be-



Annett Saul

Foto: privat

rufswunsch war, hat das Schicksal die Karten anders gemischt. Im Laufe der Zeit wuchs ihr Interesse am Marketing. Es entfachte eine Leidenschaft zum Planen und Organisieren und gleichzeitig den Willen, unbedingt in einer Bank zu arbeiten. „Leider ist ein Quereinstieg in Deutschland nicht möglich“, sagt Annett enttäuscht. Im angelsächsischen Raum ist es hingegen kein Problem, als Natur- oder Sozialwissenschaftler ins Finanzwesen einzusteigen. Nur

einer der Gründe, der sie wieder nach England führte.

Derzeit arbeitet die Reiselustige bei Merrill Lynch Investment Managers (MLIM). Das Unternehmen hat weltweit über 50.000 Angestellte. Die Finanz- und Vermögensverwaltung betreut Investments von privaten und

institutionellen Kunden. Zu Annett's Aufgaben gehört es, die komplexen Finanzprodukte für die interne und externe Kommunikation verständlich aufzuarbeiten. In der Marketingabteilung konzipiert sie beispielsweise Broschüren und Internetauftritte. Die Umsetzung liegt in ihren Händen, aber auch das Layout und redaktionelle Beiträge gehören dazu.

London ist nicht unbedingt für sein Luxusessen berühmt. Auch das traditionelle Fish and Chips Menü zählt nicht zu den Lieblingsgerichten von Annett Saul, dennoch fühlt sie sich in der königlichen Hauptstadt wohl. Manchmal vermisst sie ihre Heimat und ihre zurückgebliebenen Freunde, doch die vielen Gelegenheiten zum Shoppen und Clubben sind ein großes Trostpflaster. So schön, groß und aufregend London auch sein mag, für die Zukunft plant die Senftenbergerin trotzdem eine Rückkehr nach good old Germany. „Zu Hause ist es eben doch am besten.“ *kp*

# Heißer Draht zu Journalisten gefragt

## PR-Berater empfiehlt praktische Arbeit während des Studiums

Frauen gelten nicht selten als Quasestrippen am Telefon. Jetzt bekommen sie aber männliche Konkurrenz, von einem, der ebenso leidenschaftlich wie ausdauernd das Telefonieren beherrscht und sein täglich Brot damit verdient.

Vor zwei Jahren hat Ulf Mehner erfolgreich das Studium der Kommunikationswissenschaft in Dresden abgeschlossen. Der ehemalige Student ist heute freiberuflicher PR-Berater. Seitdem gehören ein guter Ton sowie eine noch bessere Telefonausdauer zu seinem Job. Jeden Tag telefoniert er mit einigen Dutzend Journalisten und versucht seine Kunden bestmöglich in der Medienlandschaft zu platzieren. Dabei sind viel Fingerspitzengefühl und ein

scharfer Blick für aktuelles Geschehen gefragt.

Bevor sich Ulf ans Telefon setzt und den heißen Draht zu den Journalisten zum Glühen bringt, steht jeden Morgen eine intensive Zeitungsschau an. „Das ist wichtig, um immer einen Überblick über aktuelle Diskussionen zu haben.“

Die Öffentlichkeitsarbeit war ihm schon während des Studiums sehr wichtig. Sein erstes Praktikum in der Pressestelle der sächsischen CDU-Landtagsfraktion hat schnell sein Interesse geweckt. Einige Zeit später absolvierte er bei einer Hamburger Agentur für Markt- und Medienkommunikation ein weiteres Praktikum. Dort hat er Pressearbeit vor allem für die Konzernriesen



Ulf Mehner

Foto: privat

Philip Morris und Burda gemacht. Als persönlicher Referent des ehemaligen sächsischen Kultusministers hat der 29-Jährige weitere wichtige Berufserfahrungen im journalistischen Bereich gesammelt.

2002, noch während des Studiums, gründete er seine eigene PR-Agentur. Warum er während seiner gesamten Studienzeit arbeitete? Zum einen, um diese zu finanzieren und zum anderen, um parallel die theoretische Lehre mit praktischen Kenntnissen zu untermauern.

„Praktische Erfahrungen begleitend zur Ausbildungszeit zu sammeln, sind unentbehrlich“, sagt Ulf Mehner. Presstexte schreiben hat er in der Praxis gelernt, das Studium hat die theoretische Basis gebildet. „Schreiben ist nur eine Übungssache“, erklärt der PR-Berater, „das kann jeder lernen.“

*kp*

## Frische Sicht auf Unternehmensprozess

**Studentische Unternehmensberatung der TU-Dresden PAUL Consultants stellt sich vor**

Darf ich vorstellen: PAUL. Wer ist PAUL? „PAUL Consultants“ heißt die studentische Unternehmensberatung der TU-Dresden. Die 1996 gegründete Organisation umfasst mittlerweile rund 35 Mitglieder und hat bereits 80 Projekte erfolgreich abgeschlossen – Tendenz steigend.

Durch die Nähe zur wissenschaftlichen Forschung nutzen viele Unternehmer die Möglichkeit, neueste Erkenntnisse auf direktem Wege in ihre Firmen kommen zu lassen. An den Projekten arbeiten interdisziplinäre Teams von Studierenden unterschiedlicher Fachrichtungen zusammen. So könne ein breites Leistungsspektrum von Wirtschaftlichkeitsanalysen über Prozessoptimierungen bis hin zu strategischen Neuausrichtungen geboten werden.

Für die Dresdner Volksbank Raiffeisenbank eG haben die PAULaner im letzten Geschäftsjahr beispielsweise eine Kundenzufriedenheitsanalyse

erfolgreich durchgeführt. Als weiteres Beispiel sei hier noch die Analyse und Optimierung der Prozesse in den Bereichen „Essen auf Rädern“ und „Zivildienst“ für die Arbeiterwohlfahrt Leipzig genannt.

Hier bekommen die Unternehmer eine frische und unvoreingenommene Sicht auf Unternehmensprozesse. Die Vorteile von PAUL Consultants liegen aber nicht nur auf Seiten der Betriebe, sondern sind auch für die Studierenden maßgeblich. Das betont Martin Busch, Student des Wirtschaftsingenieurwesens: „Die Arbeit hat mich persönlich weitergebracht, denn ich kann mein universitäres Wissen frühzeitig in der Praxis einsetzen.“

Zukunftswunsch und Ziel von PAUL Consultants

sei es, ihren Bekanntheitsgrad besonders im Kreise der regionalen Unternehmen weiter zu erhöhen und damit ein gleichwertiges Image wie das einer klassischen Unternehmensberatung zu etablieren.

sb

**Kontakt unter:**

**Tel./Fax: 0351/463-35950**

**E-Mail: [info@paul-consultants.de](mailto:info@paul-consultants.de)**



Das Team von PAUL Consultants.

Foto: PAUL Consultants

## Von schwedischen Bildern zu deutscher Bildung

**Alexandra Frey sammelt praktische Erfahrungen bei IKEA und der SLpB**

Alexandra Frey hat ihr Studium der Kommunikationswissenschaft für ein Urlaubssemester unterbrochen. Auch wenn die Bezeichnung für dieses Freisemester eher nach Erholung klingt, hat die Studierende diese Zeit genutzt, um praktische Erfahrungen auf verschiedenen Gebieten zu sammeln. Im NewsLetter berichtet sie.



Nicht nur für den Einkauf gedacht, sondern auch als Praktikumsplatz geeignet – das Ikea Einrichtungshaus in Dresden. Foto: Ikea

Ina, Micha, Andrea, Stephanie, Jörg und und und – alle habe ich ins Herz geschlossen. Eigentlich könnte ich fast 260 Namen aufzählen, denn 260 Kollegen haben mich gleich am ersten Praktikumstag herzlich in die IKEA-Familie aufgenommen. In den vier Monaten meines Praktikums habe ich Pressemitteilungen erstellt

sowie verschiedene Veranstaltungen und Aktionen geplant, vorbereitet und durchgeführt. Außerdem konnte ich Kunden beraten und half bei der Erstellung des lokalen Marketingplanes. Natürlich könnte ich jetzt ausgiebig von meiner Arbeit in der Dresdner Filiale dieses internationalen Konzerns schreiben, aber viel lieber berichte ich von den Menschen dort. Das „Du“ ist Pflicht unter den „IKEAnern“.

Obwohl klare Hierarchien im Status der Mitarbeiter zu erkennen sind, geht doch alles miteinander und weniger nebeneinander. So war ich als Praktikantin eben eine Kollegin, die mit

den anderen Ordnung ins schwedische Einrichtungsparadies brachte.

Nun habe ich den Praktikumsplatz gewechselt und es geht zurzeit etwas förmlicher zu. Für drei Monate bin ich in der Sächsischen Landeszentrale für politische Bildung (SLpB) im Bereich Öffentlichkeitsarbeit und im Referat für den Öffentlichen Dienst tätig.

Neben dem Verfassen von Pressemitteilungen, dem Einspeisen von Daten oder der Überarbeitung des öffentlichen Auftritts der SLpB in seinen Informationsblättern und Publikationen unterstütze ich die Planung von politischen Bildungsveranstaltungen.

Doch trotz all der Arbeit finden sich vor allem viele nette Kollegen im alten Schützenhof, mit denen man schnatternd die Mittagspause verbringen kann.

Alexandra Frey



## Wer ist im Förderverein des IfK engagiert?

### Spaß als Geheimrezept für Erfolg

Seit 1998 ist Hubert Beckmann, Vorstandsmitglied der Ostsächsischen Sparkasse Dresden, im Förderverein des IfK engagiert. Den Startschuss für die Kooperation der beiden Institutionen bildete



**Ostsächsische  
Sparkasse Dresden**

eine Mitarbeiterbefragung, die das IfK für die Sparkasse damals durchführte. Nicht nur die Überzeugung, dass „unterstützungswürdige Einrichtungen“ auch unterstützt werden sollten, sondern auch sein persönliches Interesse ließen Hubert Beckmann zunächst Mitglied und seit letztem Jahr zum Vorsitzenden des Fördervereins werden.

Er ist überzeugt, dass sich das IfK einen guten Namen gemacht hat. „Hier werden junge Leute gut ausgebildet“, sagt Beckmann. Außerdem habe die Sparkasse einen öffentlichen Auftrag zu erfüllen und sei verpflichtet, sich

gesellschaftspolitisch zu engagieren. Zudem komme für Beckmann der Faktor Spaß hinzu. „Es gibt Dinge, die

man tun muss, aber auch Dinge, die man tun muss

und die zugleich noch Spaß machen.“

So bereitet dem studierten Juristen das Engagement im Förderverein Freude. Vor allem der Kontakt zu den Studierenden mache ihm nach langer Zeit außerhalb des Hochschulwesens wieder Spaß.

Bevor Hubert Beckmann 1998 nach Dresden kam, war er in Dublin im internationalen Bankgeschäft tätig. „In einem regionalen Kreditinstitut hat man aber den Vorteil der Nähe und sieht,

wie Gelder konkret umgesetzt werden“, erklärt Beckmann. Er sei zufrieden, wie die Fördermittel am IfK zum Einsatz

kommen, „jedoch sind wir auch offen für neue Vorschläge.“

Die Förderung von Studierenden und ihren Forschungsprojekten sei unbedingt notwendig, da mehr für die Bildung und Ausbildung junger Leute getan werden müsse. „Hier leistet der Förderverein schnelle und unbürokratische Hilfe und setzt Gelder auch für

kleinere, konkrete Probleme ein.“ Doch eines betont Hubert Beckmann am Ende noch einmal: „Der Erfolg kommt nur dann, wenn man auch Spaß an der Sache hat.“ *sb*



Hubert Beckmann

Foto: privat

### TechniSat - Take-off in die digitale Technologie

Studenten unterwegs im „Kowi-Jet“?! Kein Angebot einer Billigfluglinie - vielmehr ein Beispiel für das Engagement eines Fördervereinsmitglieds.

Am 3. und 4. Oktober 2000 flogen 100 Studierende und Mitarbeiter des IfK nach Bonn, um in der ehemaligen Bundeshauptstadt das Haus der Geschichte und den Sitz der Deutschen Welle in Köln zu besuchen. Die Flüge waren ein Geschenk der Firma TechniSat Digital GmbH, die mit Chartermaschinen einen „Ausflug“ zu ihrem Entwicklungsstandort in Dresden machte und dem Institut die leeren Maschinen für Hin- und Rückflug zur Verfügung stellte. Eine Unternehmung, die anders nicht zu finanzieren gewesen



wäre. Dennoch ist der Name TechniSat nicht jedem geläufig, obwohl das

Unternehmen mit Hauptsitz in der Eifel schon seit 1996 Mitglied

im Förderverein ist und sich als Produzent von Empfangsgeräten für elektronische Medien bereits einen Namen gemacht hat.

Seit kurzem hat TechniSat zudem eine Lizenz zur Ausstrahlung von 17 Radio-, Musik- und Themenkanälen.

„Wir haben uns engagiert, weil uns das Thema Medien interessiert“, erklärt Peter Lepper, Gründer und Geschäftsführer der TechniSat Digital GmbH,

aber auch, weil die seit 1990 in Dresden ansässige gleichnamige Entwicklungs-

firma der TechniSat Digital GmbH „mit verschiedenen Fakultäten der TU Dresden bei unterschiedlichen Projekten kooperiert.“

Das Pendeln zwischen den Unternehmensstandorten u.a. in Daun/Eifel, Düsseldorf, Luxemburg, Berlin und Dresden erlaubt es Peter Lepper selten, persönlich an den Veranstaltungen

des Instituts teilzunehmen. „Vielleicht wird der Zufall es im Jahr 2005 besser gestalten.“ Spätestens bei der geplanten Umstellung auf DVB-T in sächsischen Großstädten wird TechniSat in jedem Fall dabei sein. *Katarina Noack*



Peter Lepper

Foto: privat

#### Impressum

**Herausgeber:** Förderverein des Instituts für Kommunikationswissenschaft der TU Dresden

**Chefredakteurin:** Heike Großmann (hg)

**Redaktion:** Susann Bewernick (sb), Christiane Ernek (ce), Nadine Müller (nm), Kathleen Proppé (kp), Daniela Spranger (ds), Anne Thalheim (at)

**Gestaltung&Layout:** Katja Springer

**Produktion:** Alinea Digitaldruck GmbH Königsbrücker Straße 69, 01099 Dresden

**Anschrift:** Förderverein des Instituts für Kommunikationswissenschaft, 01062 Dresden

**Telefon:** (0351) 463-32951

**Fax:** (0351) 463-37067

**E-Mail:** Kowi-News@web.de

Der NewsLetter erscheint zweimonatlich. Wir freuen uns über Anregungen, Lob und konstruktive Kritik.